Il Business Model Canvas

Progettato per: Salam

Progettato da: Salam

# Partner chiave

Attività chiave

# Valore offerto

Relazioni con i clienti

# Segmenti di clientela

Chi sono i nostri Partner chiave? Chi sono i nostri fornitori chiave?

Quali Risorse chiave stiamo acquisendo dai partner? Quali Attività chiave svolgono i partner?

motivazione per la partnership Ottimizzazione e risparmio Riduzione del rischio e dell'incertezza

Acquisizione di particolari risorse e attività

Quali sono le attività necessarie per il nostro valore o

I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti?

I ricavi?

categorie

Produzione

Soluzione di problemi Piattaforma / Rete

Che tipo di valore forniamo ai clienti?

Quale problema dei nostri clienti stiamo aiutando a risolvere? Quale pacchetto di prodotti e servizi stiamo orrendo ai clienti? Quali bisogni deli clienti stiamo soddisfacendo?

caratteristiche

Novità Prestazioni Personalizzazione "Risolvere" Design

Marca / Status ml Prezzo

Riduzione dei costi Riduzione dei rischi Accessibilità Comodità / Usabilità

# Risorse chiave

Quali sono le risorse necessarie per il nostro valore

I nostri canali di distribuzione? Le relazioni con i clienti?

I ricavi?

tipologie di risorse

Fisiche

Intellettuali (marchi, brevetti, diritti d'autore, dati) Umane

Finanziarie

# Canali

Attraverso quali canali vogliono essere raggiunti i nostri clienti?

In che modo li stiamo raggiungendo? Come sono integrati i nostri canali? Quali funzionano meglio?

Quali sono i più e a livello di costi?

Come li stiamo integrando con le abitudini dei clienti?

fasi dei canali

1. Consapevolezza

Come aumentiamo la consapevolezza dei prodotti e servizi della nostra azienda?

1. Valutazione

Come facciamo ad aiutare i nostri clienti a valutare il valore offerto dalla nostra azienda?

1. Acquisto

Come possono i clienti, acquistare specifici prodotti e servizi della nostra azienda?

1. Consegna

In che modo consegniamo il valore offerto ai clienti?

1. Post vendita

Come forniamo assistenza post vendita?

# Struttura dei costi

Quali sono i costi più importanti del nostro Business Model? Quali delle Risorse chiave sono le più costose?

Quali delle Attività chiave sono le più costose?

la tua attività è più:

Orientata al costo (struttura dei costi snella, valore offerto a basso costo, massima automazione, outsourcing spinto) Orientata al valore (focalizzata sulla creazione del valore, valore offerto premium)

# Flussi di ricavi

Per quale valore, i nostri clienti vogliono veramente pagare? Per che cosa pagano?

In che modo stanno pagando? Come preferirebbero pagare?

Quanto contribuisce ai ricavi ogni di ricavi?

tipi prezzo fisso Prezzo dinamico

esempi di caratteristiche: Costi fissi (salari, affitti, utilities) Costi variabili

Economie di scala Economie di gamma

Vendita di beni Costo per l'uso Abbonamento

Noleggio / Affitto / Leasing Intermediazione

Pubblicità

Prezzo di listino

Dipendente dalle caratteristiche del prodotto Dipendente dal segmento cliente

Dipendente dal volume

Negoziazione ( contrattazione ) Tariffazione in tempo reale Mercato in tempo reale

**Descrivere il Business Model Canvas Idea: Produzione Sartoriale Artistica by FIDA. Connessione Europa-Burkina Faso Realizzato da: Salam**

**Partner Chiave:** Ente Microcredito che consente la partecipazione a un progetto da cui posso creare la mia impresa e finanziarla. Lavoro in prima persona per creare le Linee di prodotto di Moda; la mia capacità artistica viene ad essere il mio primo PARTNER. Due collaboratori: Sarto Italiano ed Africano per creare la contaminazione. Associazione di donne che creano tessuti a mano con tintura naturale, che garantiscono la tradizione del Burkina Faso. Una addetta alla vendita per il negozio in Napoli. I Festival artistici disseminati in Europa e che portano valore all'impresa. Istituti Scolastici di Moda a Napoli con cui Cooperare. I partner più importanti sono I TERRITORI Reti di Francheshing. Chi mi sappia creare ed organizzare un sito web tramite cui far conoscere e vendere i miei capi d'abbigliamento anche mediante una soluzione di Commercio Elettronico eCommerce.

**I principali fornitori saranno:** Associazione di Donne che creano tessuti a mano con tintura naturale. I Festival a cui partecipo e che mi forniscono Audience e conoscenza di nuvi mercati e nuovi Clienti

**Le risorse che acquisisco sono**: Il finanziamento per sostenere l'avvio dell'impresa. La materia prima dei tessuti fatti a mano con tintura naturale. Le competenze dei sarti italiano ed africano. I Festival artistici disseminati in Europa mi consentono di essere visibile in canali Europei e di mantenere i contatti con i Commerciali delle case di Moda e con i Clienti che frequentano questi Festival. Grazie ad accordi con gli Istituti Scolastici di Moda a Napoli sara' possibile creare Cooperazione ampia per attivare luoghi di COWORKIG in cui gli studenti imparano le tecniche ed i materiali Africani ed Italiani che poi diventano capi d'abbigliamento Artistici. Acquisto di un furgone per trasportare la merce dal luogo di produzione aa quello del Cliente o del luogo del Festival.

**Le Attività che i fornitori svolgono sono:** Il Microcredito facilita il finanziamento per aprire la mia impresa. L'Associazione di donne esegue le lavorazioni sui tessuti. L'Istituto Scolastico può fornire gli spazi in cui creare COWORKING e far imparare gli Studenti impegnandoli in attività Istituzionali ed in PCTO (Alternanza Scuola lavoro). I Festival invitano me e la mia impresa per aumentare la loro visibilità.

**Motivazione della Partnership:** la mia capacità artistica è la base delle Partnership; Le Associazioni di Donne sono interessate a produrre per la mia impresa in quanto molto nota sul mercato e possono partecipare ai Festival in cui sono invitato; Gli Istituti Scolastici vedono opportunità di crescita professionale per i loro studenti, per farli preparare al mondo del lavoro;

**Riduzione del rischio dell’incertezza del mercato**. Il mio mercato di riferimento è su più livelli: Internet tramite pagina Facebook (Aringhetè/AriVision); il secondo è rappresentato dai Clienti di fascia bassa che possono comperare i Modelli nel mio negozio in Piazza Garibaldi. Il terzo è rappresentato da tutti i miei Clienti con negozi nella zona di via Duomo e di quelli che vengono ai Festival. PER questa fascia la mia fornitura è diversa: i vestiti sono molto più ben fatti, colori migliori, dei veri CAPI UNICI. I rapporti con gli Istituti Scolastici permettono di proporre progetti nuovi da realizzare in spazi di COWORGING ed anche OnLine. L'Istituto Scolastico viene garantito che **SALAM NON SI FERMA!** ed i genitori dei ragazzi comprendono le mie competenze e capacità in modo più approfondito. Tramite l'utilizzo di un furgone, posso trasportare la merce dal luogo di produzione a quello del Cliente o del luogo del Festival, senza problemi di confini e di distanze, oltre che di quantità di merce trasportata. Avere un sito web tramite cui vendere con una soluzione di Commercio Elettronico eCommerce.

Ottimizzo e risparmio

**Attività Chiave:** Business Model Canvas che descrive il mio modello di Impresa. Business Plan che descrive il mio Piano dei Conti. Analizzo il Mercato per individuare: Il Segmento Principale, i segmenti Secondari, i Clienti e gli Utenti (Clienti che non pagano). Organizzare una collaborazione con almeno due sarti: un italiano ed un africano. Creazione di collaborazione più ampia con Associazione di donne africane che forniscono i tessuti già colorati. Creazione dei Tessuti, creazione dei Modelli e dei Capi (Camice, pantaloni …). Iniziare una campagna di vendita, prendendo contatti con gli organizzatori dei Festival, Creare campagna di rilevanza, contattando Enti Pubblici come le Scuole, in cui realizzare Open Day per far conoscere la novità dello spazio di COWORKING in cui io realizzo praticamente la mia linea di Moda, coinvolgendo gli alunni dell'Istituto, i loro genitori ed il quartiere. Creare una campagna di pubblicità per i miei Clienti, in rete e sul territorio: con passaparola, volantinaggio, sito web. Accordi con Associazioni Culturali sul territorio napoletano. Manutenzione periodica e preventiva del furgone che deve essere sempre pronto per trasportare la merce dal luogo di produzione a quello del Cliente o del luogo del Festival. Organizzare un sito web tramite cui vendere con una soluzione di Commercio Elettronico eCommerce.

**Le attività per creare Valore** sono: La partecipazione ai Festival della Moda; La collaborazione con gli Istituti e la possibilità di creare momenti di COWORKING; Una campagna di pubblicità con cui il territorio mi riconosca. Organizzare una campagna di vendita mirata soprattutto a farti conoscere come portatore di interesse di Associazioni di Donne che producono tessuti unici per capi unici che solo SALAM sa fare! In questo modo SALAM si propone per attivare processi positivi di INTERCULTURALITA'.

**Le attività per i Canali di Distribuzione** sono: Il mio negozio a Napoli; i Festival dove sono invitato e dove vado per coltivare i contatti; La collaborazione con gli Istituti in cui potrei avere spazi di coworking; creazione di sito web tramite cui vendere con una soluzione di Commercio Elettronico eCommerce; incremento di pagina social (Facebook, Twitter …); Utilizzo di un furgone per trasportare la merce dal luogo di produzione a quello del Cliente o del luogo del Festival.

**Le attività per le Relazioni con i Clienti sono**: La mia capacità di creare COWORKING negli Istituti Scolastici mi dà la possibilità dei essere conosciuto nel territorio; I miei rapporti di interculturalità favoriscono la creazione di nuovi interessi con i Clienti; Organizzare una campagna di vendita anche con TESTIMONIAL che vengono dall'Africa o dalle Associazioni di Donne Africane; Indagine conoscitiva della clientela potenziale tramite interviste via Social o Internet w.a.,

**Le attività necessarie per i ricavi** sono: Apertura di Conto Corrente Bancario DEDICATO tramite cui poter acquistare e vendere. Apertura di Impresa (Individuale o società a responsabilità limitata semplificata), Utilizzo di un furgone per trasportare la merce dal luogo di produzione a quello del Cliente o del luogo del Festival. Organizzare un sito web tramite cui vendere con una soluzione di Commercio Elettronico eCommerce. Mantenere molte Relazioni con Clienti Diversi cui potersi rivolgere.

**Categorie di Attività**

**Risorse Chiave**

**Quali sono le Risorse per il nostro valore offerto**: Sono date dalla mia capacità di integrare Multiculturalità, anche mediante la conoscenza di Istituti Scolastici ed operatori del settore moda

**Quali sono le Risorse per i nostri canali di distribuzione**: Sito Web, Canale Social, Il mio Negozio, la partecipazione ai Festival, il furgone che mi consente il trasporto dei capi confezionati

**Quali sono le Risorse per le relazioni con i Clienti:** La mia capacità di creare COWORKING; I miei rapporti di interculturalità per aumentare nuovi interessi con i Clienti; La campagna di vendita anche con TESTIMONIAL che vengono dall'Africa o dalle Associazioni di Donne Africane; utilizzo dei Social o Internet, w.a per la creazione di Indagini conoscitiva della clientela potenziale tramite interviste.

**Quali sono le Risorse per i ricavi**: utilizzo del Conto Corrente Bancario DEDICATO tramite cui poter acquistare e vendere. Il furgone per trasportare la merce dal luogo di produzione a quello del Cliente o del luogo del Festival eCommerce tramite sito web. Poter contare su Clienti Diversi cui potersi rivolgere. Utilizzare gli ambienti di Coworking disponibili negli Istituti per organizzare incontri formativi, a pagamento

**Valore Offerto:**

**I prodotti che offriamo sono:** univocità; eleganza non usuale; qualità dei tessuti e delle stoffe

**Il valore che offriamo ai Clienti è:** Da Salam cambio la mia qualità di apparire, cioè vesto meglio di prima, diversamente ed in modo unico. Inoltre la tua esperienza ha FAMA INTERNAZIONALE, cioè i Clienti sanno chi sei e cosa fai (Festival, sfilate di moda ….)

**Il problema dei Clienti che stiamo aiutando a risolvere è**: Il capo sartoriale soddisfa le esigenze di tutti, di qualunque Etnia e di qualunque TAGLIA

**Il pacchetto di prodotti/servizi che offriamo ai Clienti sono:** venire incontro alle diverse e mutate esigenze di VESTIBILITA'

**I bisogni dei Clienti che soddisfaciamo sono:** mantenere un buon livello di eleganza, oltre che di ricerca di capi nuovi con tessuti di qualità.

**Relazioni con i Clienti:** La mia relazione inizia con le persone che vengono ad Eventi (festival) ed anche con i proprietari di negozi che acquistano all'ingrosso e per questo motivo frequentano i Festival; le invito a vedere la mia collezione; dato che ho già contatti con Istituzioni, creo un momento di dimostrazione della mia qualità e professionalità in cui posso mostrare i miei capi e le mie realizzazioni; In questi incontri creo momenti in cui posso interagire con altri portatori di interesse che possono diventare Clienti, ad esempio posso illustrare la mia produzione, all'interno dell'Istituto Scolastico con cui ho accordi, ai Genitori dei ragazzi iscritti in un Istituto. Inoltre posso essere presente in altri Eventi a carattere locale e stagionale (Natale, Pasqua, Open Day, Vacanze, Feste Africane e Ramadan …. ). Inoltre con Associazioni Italiane che aiutano la popolazione in Burkina Faso ho accordi personalizzati.

**La relazione che voglio stabilire e mantenere con ognuno dei segmenti di Clientela è:** all'interno dell'Istituto Scolastico con cui ho accordi, Con i Genitori dei ragazzi iscritti negli Istituti posso immaginare incontri soprattutto in momenti scolastici, in modo da utilizzare ANCHE il sito web dell'Istituto; con i ragazzi iscritti negli Istituti insegno il mestiere e trasferisco loro le mie origini e se organizzano le feste dei 18 anni, posso organizzare una sfilata che sarà svolta in locali privati. Con i proprietari di negozi che acquistano all'ingrosso e per questo motivo frequentano i Festival voglio mantenere la relazione mediante Social e Newsletter. Inoltre con Associazioni Italiane e Francesi che aiutano la popolazione in Burkina Faso voglio mantenere accordi pluriennali.

**La relazione che ho stabilito con i Clienti è:** Innanzitutto vorrei che fosse a lungo termine; di fiducia nell'affidarsi alle mie proposte; la mia relazione inizia a rafforzarsi quando anticipo le mie campionature stagionali, avvisandolo mesi prima tramite Newsletter, Social

**Come la relazione è integrata nel Business**: Propongo, all'interno dell'Istituto Scolastico con cui ho accordi, ai Genitori dei ragazzi iscritti negli Istituti una modalità di pagamento dilazionato, in quanto i ragazzi sono già a me noti; I Clienti all'ingrosso possono pagarmi subito il 50% dell'importo delle merci e poi in 90 giorni il restante 50%. Inoltre con Associazioni Italiane e Francesi che aiutano la popolazione in Burkina Faso ho accordi personalizzati.

**I Costi delle relazioni:** Per ogni sfilata dovrei impegnare 500,00 euro. Almeno 10 sfilate per anno. La partecipazione ai Festival può costare almeno 800,00 euro per settimana, oltre trasporto, vitto e alloggio. Avrò costi irrisori per poter utilizzare i siti web degli Istituti Scolastici che propongono la mia attività insieme a quelle dell'Istituto (Open Day, Festività …)

**Segmenti di Clientela: chi sono i nostri Clienti**

**I clienti più importanti sono:** I Clienti che ordinano i Capi a Tema; I Clienti all'Ingrosso; I Dirigenti Scolastici degli Istituti dove ho relazioni; I Genitori dei ragazzi iscritti negli Istituti

**Il mercato di riferimento è:** I Festival; Le Istituzioni Scolastiche; Le Associazioni Italiane ed Estere; I Clienti che posso raggiungere tramite endita diretta al mio negozio oppure via Internet

**Canali e Distribuzione: come forniamo i Prodotti ed i Servizi alla Clientela**

Attraverso quali Canali vogliono essere raggiunti i miei Clienti

**In che modo li sto raggiungendo:** I Clienti che ordinano i Capi a Tema tramite Social e spedizioni dirette; I Clienti all'Ingrosso tramite Social (w.a.) e chiamata diretta; raggiungo Istituti dove ho relazioni direttamente; I Genitori dei ragazzi iscritti negli Istituti li raggiungo tramite Social (w.a)

**Come sono integrati i miei canali:** Ho integrato w.a. con la mia pagina Facebook.

**Quali canali funzionano meglio:** Funziona meglio w.a.

**Quali sono i più efficienti a livello di Costi:** Per ora non ho costi diretti con i Social

**Come li stiamo integrando con le abitudini dei Clienti:** Le integro secondo le campagne di vendita stagionale dei miei capi di abbigliamento.

**Struttura dei Costi:**

Cosa pago sostanzialmente

**I costi più importanti del Business sono:** I capi comperati dalle Associazioni di Donne in Africa; I Viaggi per trasferimenti per organizzare la partecipazione ai Festival; La partecipazione ai festival (Iscrizione, Trasporti, Vitto, Alloggio, Hostess …); Open Day in quanto sono investimenti di capi preparati per la Dirigenza dell'Istituto. Fitto della sartoria, Trasferimenti e Trasporti. Utenze (Acqua, luce, gas, telefono, internet, computer, stampante). Apparecchiature per sartoria (Macchine da cucire, manichini, tavoli per taglio, articoli per sarto). Furgone per trasferimento e trasporto merci per e da Festival. Almeno due collaboratori sarti (un italiano ed un Connazionale) ed un esperto di vendita. Modelle e modelli a contratto quando occorre.

**Le Risorse chiave più costose sono:** La macchina da cucire e chi sa cucire ed il furgone; l'Associazione delle Donne Africane;

**Le Attività chiave più costose sono:** La partecipazione ai Festival; saper cucire a mano ed a macchina; i trasferimenti ed i pernottamenti;

**La struttura dei costi**

**Costi fissi:** Utenze; i Tributi; Le Assicurazioni per l'attività ed i dipendenti, insieme a quelle del personale a contratto;

**Flussi di Ricavi:** Come Guadagniamo

**Come guadagniamo da ognuno dei principali Gruppi di Clienti**

**Per quale valore i Clienti vogliono pagare:** la qualità e l'univocità; per l'inclusione che sei capace di generare negli Open Day

**Per che cosa pagano**: Per la qualità della confezione; Per la scelta dei tessuti; per il Design che contraddistingue la line a di produzione del negozio di Salam!

**In che modo pagano**: Con Bonifico bancario, con Carta di Credito ed in contanti, sempre nei limiti della norma sulla tracciabilità.

**Come preferirebbero pagare:** Con Bonifico bancario,

Quanto contribuisce ai ricavi ogni flusso di ricavi:

**Tipi di Flussi e Ricavi**

Vendita di Stoffe; di capi di abbigliamento; di modelli da proporre negli Open Day

Pubblicità: occorre decidere in che forma attivarla.

Prezzo di Listino = 100%

Prezzo per Grossisti = sconto del 50%

Prezzo per Genitori degli Iscritti agli Istituti Scolastici = 15%